



Oggetto: MASTER DI ALTA FORMAZIONE PROFESSIONALE IN DIREZIONE E GESTIONE DEL CUSTOMER SERVICE

PROGRAMMA DI STUDIO MASTER:

MODULO 1 - LA NASCITA DEL MARKETING RELAZIONALE

- Il superamento del marketing transazionale
- Le radici moderni del concetto di qualità
- Lo sviluppo del marketing relazionale
- Il marketing relazionale nel settore dei servizi
- Il contributo dell'approccio relazionale nel processo di fidelizzazione
- Il marketing relazionale nel mercato dei beni industriali
- La Customer satisfaction
- La misurazione della Customer satisfaction

MODULO 2 - I VANTAGGI DEL MARKETING RELAZIONALE

- Il marketing relazionale e i vantaggi fedeltà
- I vantaggi del rapporto duraturo con i clienti
- Le trappole della fedeltà dei clienti
- L'engagement del target
- L'avvento del CRM
- Gli strumenti operativi del CRM

MODULO 3 - CONOSCERE I CLIENTI

- Che cosa vogliono i clienti
- Misurare le aspettative dei clienti
- Superare le aspettative dei clienti
- Il Piano operativo per la gestione del rapporto con il cliente
- Gli obiettivi del servizio clienti
- Il Customer profiling
- Come trarre il massimo beneficio dalle opportunità offerte dal rapporto con il cliente

MODULO 4 - L' ANALISI DEL PORTAFOGLIO CLIENTI

- La classificazione dei clienti
- I criteri di selezione
- Il metodo FRM: un esempio di calcolo
- Utilità della classificazione dei clienti
- L'analisi dinamica della clientela

MODULO 5 - LE POLITICHE DI CUSTOMER CARE

- Le politiche di fidelizzazione
- Individuare i servizi richiesti dal mercato
- Le strategie che consentono di offrire una gamma completa di servizi
- Politiche volte all'incremento del valore del cliente
- Il processo di riacquisizione dei clienti
- Le politiche volte alla soddisfazione del cliente
- Formare un alleanza
- Le politiche volte al miglioramento del personale



MODULO 6 - LE ABILITA' COMUNICATIVE NEL CUSTOMER CARE

- L'influenza dell'aspetto psicologico
- L'atteggiamento mentale e le convinzioni limitanti
- Come controllare lo stress
- I livelli di comunicazione
- La comunicazione paraverbale
- La voce: tono, ritmo, volume
- La dizione e le tecniche di miglioramento
- Sorridere, trasmettere passione
- L'ascolto attivo e Empatia
- I filtri uditivi

MODULO 7 - LO SVILUPPO DELLE CAPACITA' RELAZIONALI

- L'approccio orientato al cliente
- Il Neuromarketing
- Il potere suggestivo delle parole
- I comandi nascosti
- Le posizioni percettive
- Le frasi da non dire mai ad un cliente
- Creare sintonia con il cliente
- La creazione del Rapport
- Le tecniche di persuasione
- Le tipologie dei clienti

MODULO 8 - LA GESTIONE DELLE OBIEZIONI E DEI RECLAMI

- Le obiezioni dei clienti
- Perché nascono le obiezioni
- Rispondere sempre alle obiezioni
- Le risposte alle principali obiezioni
- Cos'è un reclamo
- Incoraggiare i reclami
- Procedure di reclamo
- La struttura di gestione dei reclami
- L'atteggiamento degli operatori
- Il recupero del servizio
- Le diverse strategie di recupero

MODULO 9 - SOCIAL CUSTOMER CARE

- La Social media policy
- Come cercare i tuoi potenziali clienti
- L'analisi delle domande dei clienti
- Gestione delle criticità
- Il vantaggio della velocità
- Come rispondere correttamente
- Le azioni da evitare
- Tipologie di utenti



Per ulteriori informazioni e/o per le iscrizioni, è possibile contattare dal lunedì al sabato dalle ore 9:00 alle 13:00 e dalle 15:00 alle 20:00 la segreteria studenti della Salerno formazione ai seguenti recapiti telefonici **089.2960483 e/o 338.3304185.**

SITO WEB: www.salernoformazione.com